



Œnotourisme et patrimoine : mariage de raison ou réel engouement pour le tourisme culturel ?

Bernard Cherubini

La profusion des circuits touristiques qui se réclament de l'œnotourisme ne doit pas faire illusion. Dans certaines régions le phénomène est relativement récent et les efforts pour mettre en avant le concept d'œnotourisme ne sont pas toujours accompagnés des mutations qu'impliquerait la mise en place de structures adaptées à cette nouvelle forme d'accueil, d'échange, d'animation, sur les territoires vitivinicoles. Les vignobles ont tout de même attiré dix millions de visiteurs en 2016, ce qui correspond à une croissance de 33 % par rapport à 2009. Parmi ceux-ci, on compte 5,8 millions de Français et 4,2 millions de visiteurs internationaux, dont 48 % de Belges et de Britanniques (Atout France, 2017). Le vignoble séduit par le développement d'offres originales au-delà de la visite du domaine accompagnée d'une dégustation ; par exemple, offrir des services d'hôtellerie, de restauration, organiser des balades bucoliques à pied, à cheval, en vélo tout-terrain, créer son propre assemblage, participer aux vendanges, pique-niquer dans les vignes, etc. Quelques ouvrages et rapports de synthèse proposent un panorama assez complet de ce champ d'intervention¹. Dans le cadre de cette expansion,

1 - Sophie Lignon-Darmaillac, *L'œnotourisme en France. Nouvelle valorisation des vignobles. Analyse et bilan*, Bordeaux, Éditions Féret, 2009 ; Paul Dubrule, *L'œnotourisme : une valorisation des produits et du patrimoine vitivinicoles, rapport du ministère de l'Agriculture et de la Pêche*, 2007.





on produit généralement un discours qui valorise les terroirs, les paysages, l'histoire, l'environnement, l'encépagement, la viticulture et la vinification, tout un imaginaire touristique, mais aussi un réel transfert de connaissances ethnologiques sur les savoir-faire qui accompagnent la production et la consommation des vins.

Les milieux économiques viticoles, vinicoles, prennent toute leur part dans cette production des images du terroir, des paysages culturels, et développent, à travers l'œnotourisme, un autre rapport au territoire qui se concrétise par la mise en place de routes touristiques², les six «routes du vin de Bordeaux» par exemple, au travers des appellations du vignoble de Bordeaux (fig. 1), par la création de labels comme «Vignobles & Découvertes» ou encore «*Best of Wine Tourism*». La simple visite des chais qui pouvait être articulée sur un cadrage gastronomique des meilleures façons de consommer un vin devient un produit touristique bien plus complexe qu'il convient d'étudier avec précision, tout en conservant ce lien avec la gastronomie régionale.

L'évolution du tourisme en Aquitaine (désormais en Nouvelle-Aquitaine) s'oriente vers une diversification des destinations et des périodes d'occupation de ses structures, une mutation des habitudes de loisirs et de séjour, une complémentarité des espaces touristiques et un investissement pluripartenarial sur tous les territoires concernés. L'œnotourisme est directement concerné par ces évolutions. Bordeaux s'affiche comme «capitale mondiale du vin» mais n'a mis en place qu'en 2016 ses six «routes des vins de Bordeaux» (fig. 1), dont celles du Médoc et des Graves-Sauternes (fig. 2 et 3), quand celle des crus de Bourgogne date de 1937 ou celle d'Alsace de 1953. La métropole bordelaise est directement concernée par ces développements touristiques qui mettent à l'honneur son patrimoine vitivinicole. Ainsi la route des vins de Bordeaux Graves et Sauternes traverse

- 2 - Isabelle Bianquis, *Guide touristique à contenu ethnologique sur la route du vin en Alsace*, Paris, Mission du patrimoine ethnologique, 1990; Laurent Bourdeau, Pascale Marcotte (dir.), *Les routes touristiques*, Sainte-Foy, Presses de l'Université Laval, 2015; Olivier Jacquet, Gilles Laferté, «La Route des Vins et l'émergence d'un tourisme viticole en Bourgogne dans l'entre-deux-guerres», *Cahiers de géographie de Québec*, vol. 57, n° 162, 2013, p. 425-444.





la ville de Pessac et compte plusieurs sites jouant la carte de l'œnotourisme, par exemple celui du Château Pape Clément, dans l'AOC Pessac-Léognan qui s'est vu attribuer en 2020 le label « *Best of Wine Tourism* ».

S'intéresser aux liens entre patrimoine et œnotourisme, c'est aussi s'interroger sur la sincérité de ce type de liaison ou, dit autrement, savoir si un réel engouement constaté ailleurs pour le tourisme culturel est aussi un élan nouveau pour l'œnotourisme dans le contexte actuel de l'évolution des économies régionales mais aussi de la mondialisation. La multiplication des labellisations des sites et des projets, rien que dans le Bordelais (« *Best of Wine Tourism* », « *Bordeaux Wine Trip* », « *Vignobles & Découvertes* », « *Destinations Vignobles* », « *Vignobles et chais du Bordelais* », etc.), nous fait passer dans une autre dimension du tourisme culturel, avec également la reconnaissance de la gastronomie française (« le repas gastronomique des Français ») à l'Unesco (inscription sur la liste du patrimoine culturel immatériel de l'humanité en 2010), mais aussi celle des paysages culturels et naturels au patrimoine mondial de l'humanité de l'Unesco (Val de Loire, Champagne, Bourgogne, Saint-Émilion). Le questionnement est multiple. Comment aborder la question de la mondialisation de la consommation de vin et celle des traditions ? Peut-on perpétuer les traditions, préserver les paysages, s'adapter aux évolutions du marché ?

Une approche pluridisciplinaire de l'œnotourisme

L'anthropologie du tourisme est ici au centre des réflexions sur l'œnotourisme, en interrogeant l'imaginaire touristique, les notions de patrimoine culturel et naturel, mais tout en veillant à s'inscrire dans une démarche pluridisciplinaire qui est du reste à la base des formations en œnotourisme, associant économie, droit, géographie, histoire et bien entendu œnologie et vitiviniculture. L'anthropologie du vin et de la gastronomie est aussi une anthropologie politique du patrimoine³, traitant des hiérarchies sociales, de la « distinction » au sens de

3 - Bernard Cherubini (dir.), *Pratiques mémorielles et politique. Pour une anthropologie politique du patrimoine*, Paris, L'Harmattan, 2018.





Bourdieu⁴, des valeurs, des rituels, des combats entre traditions et modernité, des batailles d'images entre circuits touristiques, routes panoramiques, terroirs, territoires, goûts, *wineries*, crus, châteaux, clos, climats, etc. De la complexité d'un vin à la complexité de ces situations, anciennes et récentes, résulte un besoin évident de recherche sur les singularités sociales et culturelles qui contribuent à la diversification accrue du marché du vin et de ses traditions.

L'approche que nous développons dans cet ouvrage est volontairement pluridisciplinaire, même si à l'origine notre volonté était de mettre en avant l'anthropologie du tourisme, l'ethnologie et les questions patrimoniales (Demossier, Garcia-Parpet, Graburn, Zheng, Cherubini, Bianquis, Loloum, Karunathilake, Rêgo Teixeira, Pineau). Une entrée par l'histoire (Lachaud-Martin), par la conservation du patrimoine (Steimer), par l'économie (Garcia-Parpet), apporte un éclairage indispensable à la compréhension de ces évolutions de l'œnotourisme au fil des ans et sur de nouveaux territoires de l'action publique et privée. L'éventail des situations régionales abordé ici est par ailleurs non négligeable : vins de Chinon, du Languedoc-Roussillon, de Bourgogne, de Loire-Atlantique, du Maine-et-Loire, du Val de Loire, d'Alsace, du Cognac, du Sauternais, du Libournais, de l'Entre-deux-Mers, du Médoc, du Haut-Médoc, mais aussi les habitudes de consommation du vin en Chine.

Cet ouvrage est issu des journées d'études qui ont eu lieu à Bordeaux les 14 et 15 juin 2018, organisées dans le cadre du projet de recherche «Tourisme culturel, tourisme de nature et quête d'authenticité: une approche comparative à partir de l'Aquitaine» (financé par le Conseil régional de la Nouvelle-Aquitaine, appel à projets de recherche 2013). Le projet entendait à son démarrage développer une approche comparative avec le Portugal sur la base d'une articulation avec les travaux de David Picard sur les «*small wineries*». Il s'agissait alors des vignobles du sud de l'Aquitaine (Irouleguy, Tursan, Madiran, Jurançon). La phase terminale de ce projet va finalement se concentrer sur les vignobles du nord de l'Aquitaine (délimitation

4 - Pierre Bourdieu, *La Distinction. Critique sociale du jugement*, Paris, Éditions de Minuit, 1979.





de 2015), mais tout en gardant à l'esprit qu'il reste des rapprochements à faire avec les « *small wineries* », dans la mesure où toute la profession vitivinicole est concernée, des petites exploitations à l'ensemble de la filière, à l'échelle régionale, nationale et à l'échelle européenne⁵.

Notre propos rejoindra en cela les préoccupations qui sont les nôtres autour de l'analyse de la construction symbolique des identités, de l'*ethos* de l'appartenance⁶. Nous entendons ici cerner au plus près la façon dont peut s'exercer un certain contrôle sur l'imaginaire de l'appartenance, que celui-ci soit exercé par la société locale ou par la « société des experts », ici de la protection de la biodiversité, du patrimoine culturel immatériel (PCI), du tourisme culturel ou de l'écotourisme. Ces experts ont pour ambition de mieux comprendre comment la culture professionnelle peut infléchir durablement nombre de projets, sans que la population locale n'ait réellement eu le temps ou la capacité de relayer ou d'infléchir les grandes orientations retenues pour son développement. Le « tourisme culturel » est désormais considéré comme étant un bon tourisme « durable » qui s'oppose au tourisme de masse, présentant, lui, tous les défauts du tourisme classique. Il incarne « une mobilité mondiale idéale », durable et solidaire, qui légitime les institutions locales qui s'en réclament et les institutions internationales qui le promeuvent⁷.

Dans la région bordelaise, par exemple, le site de la Juridiction de Saint-Émilion, paysage culturel inscrit sur les listes du patrimoine mondial de l'humanité par l'Unesco en 1999, est présenté comme un exemple remarquable de convergence d'intérêts entre les appellations viticoles de Saint-Émilion, Saint-Émilion Grand Cru et un patrimoine historique et culturel exceptionnel, représenté par la cité médiévale, le paysage viticole historique qui a survécu presque intact sur un terroir d'exception. Le travail des architectes-urbanistes-paysagers sur « la mise en récit du paysage local » a permis de valoriser l'antiquité, l'authenticité du site, la continuité historique, de porter l'exceptionnalité

5 - David Picard, Catarina Moreira and Tristan Loloum, "Wine Magic: Consumer culture, Tourism and terroir", *Journal of Anthropological Research*, winter 2018.

6 - Bernard Cherubini, *Localisme, fêtes et identités*, Paris, L'Harmattan, 1994.

7 - Saskia Cousin, « L'Unesco et la doctrine du tourisme culturel », *Civilisations*, vol. 57 (1-2), 2008, p. 41-56





que l'on a cherché à démontrer dans le dossier de candidature auprès de l'Unesco mais aussi au niveau de l'action publique, de la ville de Saint-Émilion et de la communauté de communes de la Juridiction de Saint-Émilion (huit communes), donc aussi des villages qui entourent la ville médiévale⁸.

Le second niveau d'entrée dans le projet est le tourisme fluvial, avec les évolutions des structures touristiques qui prennent de plus en plus en compte la diversification des attentes du public (extension des circuits, articulation avec le patrimoine naturel et culturel, les histoires locales et régionales, etc.). Celles-ci viennent se greffer sur les compétences des collectivités, des institutions et des structures associatives qui ont toutes des compétences ou des vocations touristiques (Gironde Tourisme, pour le Conseil départemental, pays, chambres d'agriculture, CIVB, offices de tourisme, Cité du vin à Bordeaux, etc.). Les temps anciens ont été marqués par l'utilisation des petits ports tout le long de l'estuaire pour le transport du vin, des gabares pour la navigation fluviale et estuarienne. Les croisières dégustation actuelles, au fil des fleuves, Garonne, Dordogne, de l'estuaire, empruntent les mêmes voies fluviales et maritimes, se combinent avec l'offre proposée par les circuits touristiques (routes des vins et autres), par leurs points d'embarquement et de débarquement, diversifient leurs centres d'intérêt avec la montée en puissance du tourisme culturel (Unesco, PCI, etc.). Un volet comparatif avec les vignobles du Cognac, le tourisme fluvial et l'œnotourisme sur la Charente, de Saintes à Jarnac (ville portuaire, navigation en gabare, etc.), serait tout à fait envisageable, selon les mêmes perspectives de mise en valeur d'une attractivité touristique, d'un terroir viticole, d'un patrimoine historique, d'un paysage naturel et culturel.

Les aménagements des quais de Bordeaux, Libourne, Blaye, Pauillac, des ports de plaisance jouant la carte du patrimoine historique, comme à Pauillac⁹ (fig. 4), des petits ports de l'estuaire, sont à resituer dans cet essor de l'œnotourisme. Le rôle

- 8 - Serge Briffaud, « Représentations sociales des paysages et gouvernance locale. Le cas de la Juridiction de Saint-Émilion "paysage culturel" du patrimoine mondial de l'humanité », dans Actes du colloque *Paysages de la vie quotidienne*, Perpignan, Girona, 16-18 mars 2011.
- 9 - La Fayette s'est embarqué pour son premier voyage aux Amériques, le 26 mars 1777, sur la *Victoire*, depuis le port de Pauillac.





moteur de la Cité du vin à Bordeaux est à mettre en évidence dans les schémas de développement touristique (œnotourisme, hôtellerie haut de gamme, salons, etc.). La superposition des niveaux de protection de la biodiversité (parcs naturels régionaux, parcs marins, sites Natura 2000, zones humides, marais atlantiques, etc.) et du patrimoine culturel et historique est à examiner du point de vue de la gouvernance des projets et des territoires, des conflits éventuels entre acteurs et usagers, de la concurrence entre porteurs de projets locaux, régionaux, nationaux. La création récente du Parc marin de l'estuaire et du pertuis charentais (2015), celle du Parc naturel régional du Médoc (2019), illustrent assez bien cette problématique. Les débats publics organisés dans le cadre de l'élaboration d'une charte de parc montrent les fortes résistances, méfiances et parfois incrédules des acteurs locaux. On peut légitimement s'interroger sur l'impact de ces créations sur le paysage culturel et naturel, sur les petites structures œnotouristiques et sur le positionnement de la profession vitivinicole. Les expériences conduites au niveau du Haut-Médoc, dont on peut retrouver un aperçu dans cet ouvrage (Steimer), sont pourtant la démonstration de l'intérêt de ce type de développement touristique articulé sur les atouts patrimoniaux de chaque territoire.

Du diagnostic partagé aux perspectives de recherche

Un œnotourisme en pleine croissance et un besoin d'innovation en recherche

Le numéro spécial de *Sud Ouest Éco et entreprises* (Gironde) 2018-2019 met en évidence le Médoc qui « tire son épingle du jeu » en matière d'œnotourisme, dans un marché en pleine croissance : « La presque île profite d'importants investissements consentis par les grandes propriétés et de la venue des croisiéristes » (p. 42). Selon cet article, la Cité du vin fonctionne à plein régime et, en 2016, 18 % des œnotouristes sur les 10 millions de touristes français et étrangers qui sont partis à la découverte des vins et vignobles de France ont visité la ville de Bordeaux et ses châteaux, ce qui la place en tête par rapport aux autres régions viticoles. Le Médoc voit son marché en pleine progression grâce aux croisiéristes qui viennent y faire leur circuit vin.





Le projet d'aménagement du quai de Pauillac pouvant accueillir de gros paquebots devrait notablement accroître une fréquentation de croisiéristes qui atteint déjà 30 000 visiteurs en 2016. De leur côté, les grands crus ont fait d'importants investissements pour se doter de structures d'accueil modernes (Château Kirwan, Château Beychevelle), ont programmé d'importants développements (Château Gruaud Larose). De plus petites structures dans le Médoc y voient l'opportunité de rappeler leur rôle pionnier en matière d'œnotourisme, via des ateliers d'assemblage de vins ou de vendanges (Château Vieux Robin), ou de se lancer dans des projets plus originaux en lien avec la musique ou des vols en montgolfière (Château Tour Castillon). Le rapport producteur-consommateur, le discours sur le vin et sur le travail de la vigne, les modalités du séjour touristique, sont de toute évidence en cours d'évolution accélérée, via de nouvelles mises en scène de l'offre œnotouristique, de nouvelles articulations avec les territoires de développement économique (parcs naturels régionaux, intercommunalité, interprofession, etc.).

Il nous paraît plus que jamais nécessaire de développer une recherche en sciences humaines et sociales sur ces questions, différente des entrées habituelles par la géographie des terroirs ou l'économie vitivinicole et l'aménagement du territoire, par l'histoire ou la géographie historique (Pitte, Roudié, Hinnewinkel, Lavaud, Lignon-Darmaillac, Schirmer, Velasco-Graciet, etc.). Plusieurs chapitres de cet ouvrage nous proposent des entrées pluridisciplinaires. D'autres mettent en valeur les avantages d'une approche plus spécifiquement anthropologique (Bianquis, Demossier, Loloum, Pineau, etc.), à laquelle nous apportons bien entendu notre soutien, étant nous-même enseignant-chercheur dans cette discipline. Mais nous voudrions aussi insister sur quelques apports possibles de cette discipline au-delà des très orthodoxes approches monographiques centrées sur des observations directes, de longue durée et des entretiens approfondis de type récits de vie ou histoires de vie.

Les recherches en anthropologie de la performance nous montrent par ailleurs comment on passe assez facilement de la dramaturgie à « l'hallucination symbolique »¹⁰.

10 - Jean Duvignaud, *Fêtes et civilisations*, Arles, Actes Sud, 1981 (1^{re} éd. 1973).





Une anthropologie de la performance œnotouristique

Nous considérons que les foires, les festivals et les salons agricoles présentent toutes les caractéristiques nécessaires pour mettre en place une recherche ethnologique sur toutes les sur-identifications du monde rural (par exemple les capitales de l'ail, du géranium... à la Réunion), remises en ordre de l'univers, du cosmos, des signes et des valeurs de la société, dans sa globalité, que l'on peut analyser à l'occasion de ces manifestations festives et qui constituent un champ de recherche pertinent en anthropologie du tourisme.

L'une de nos hypothèses de travail a consisté à dire qu'à travers les fêtes et les festivals organisés à la Réunion, c'était une intemporalité de l'identité ethnique du Sud qui est vécue par les résidents, tandis que les visiteurs extérieurs perçoivent à travers ces manifestations une représentation d'une identité passéiste¹¹. Le temps social représenté dans la fête est analysable d'un point de vue narratif en prenant en compte les catégories symboliques qui ordonnent l'expérience des acteurs humains, aussi bien que la structure des récits dans la représentation de l'identité ethnique¹². Que retenir par exemple d'une journée portes ouvertes dans un vignoble bordelais ou d'une foire aux vins ? Quel sens donner à la participation des publics et des visiteurs à un événement de cette nature ?

On peut appliquer ici le modèle d'analyse que nous avons utilisé pour une recherche ethnographique sur un festival d'été au Québec, un anniversaire de paroisse ou un événement spécial comme une parade de carnaval. L'ensemble de ces journées forme un « texte », au sens sémiotique du terme, dont la lecture nous permet d'accéder aux valeurs fondamentales de la société. Et les signes émis, consciemment ou inconsciemment, par les sujets locaux sous forme de « textes », renvoient le plus

11 - Bernard Cherubini (dir.), *Patrimoine et identités locales. Enjeux touristiques, ethnologiques et muséographiques*, Paris, L'Harmattan, 2017.

12 - Vera Mark, « Représentations de l'ethnicité dans une fête gasconne », *Ethnologie française*, Tome 21, vol. 1, 1991, p. 28-41.





souvent à une vision très localiste de l'identité¹³, en particulier au rôle des pionniers qui est «performé» (au sens de Victor Turner¹⁴) sur des stands de présentation des firmes et des entreprises (viticoles, vitivinicoles, agroalimentaires, artisanales, etc.), lors des concours ou des prestations artistiques et culturelles.

On peut ainsi prendre en compte une performance touristique du type pique-nique gastronomique avec dégustations de vin, balade dans un vignoble, visite des chais, le discours produit à propos de cette même performance touristique sur un stand de foire aux vins ou de salon agricole ou touristique, les échanges occasionnés à propos de ces perspectives, dans une totalité qui renvoie aux valeurs essentielles du patrimoine gastronomique local, des savoir-faire techniques, de la tradition orale, de la transmission intergénérationnelle, de l'évolution des paysages naturels et culturels. L'analyse de ce corpus et la méthodologie mise en œuvre constituent une avancée notoire dans les approches de l'œnotourisme qui peinent à dépasser la simple analyse de l'évolution socio-économique du monde vitivinicole. Mais en attendant la mise en place de recherches de ce type, nous pouvons d'ores et déjà prendre la mesure des enjeux de cet investissement au niveau de la relation patrimoine-œnotourisme en mettant à profit les analyses et les réflexions de nos principaux collaborateurs autour de ce projet.

Une nécessaire perspective pluridisciplinaire

En revenant sur des travaux effectués en 1993 à l'occasion du 40^e anniversaire de la route des vins d'Alsace, Isabelle Bianquis nous montre comment elle s'est retrouvée à écrire une histoire ordonnée, logique, prête à être utilisée à des fins de promotion d'un patrimoine doté d'un capital symbolique fort, d'une culture locale, reproduisant ainsi la logique décrite par Pierre Nora: «L'histoire propose et le présent dispose.» Marie-France Garcia-Parpet revient

13 - Bernard Cherubini, *Localisme, fêtes et identités*, op. cit., 1994; Bernard Cherubini, «Du local mythifié à la sociabilité villageoise...», op. cit., p. 95-108; Arjun Appadurai, *Modernity at Large. Cultural Dimensions of Globalization*, Minneapolis, University of Minnesota Press, 1996.

14 - Victor Turner, *Celebration. Studies in Festivity and Ritual*, Washington, Smithsonian Institution Press, 1982; Victor Turner, *The Anthropology of Performance*, New York, PAJ, 1987.





sur son expertise de la valorisation patrimoniale dans l'appellation de Chinon et dans le Languedoc-Roussillon, mettant notamment en lumière le rôle de la « Confrérie des bons entonneurs rabelaisiens », créée en 1961 qui est à l'origine d'une valorisation des vins de Chinon auprès d'une clientèle qui dépasse le cadre régional, voire national. En resituant la perception de la consommation de vin français en Chine, produit de luxe, symbole du bon goût français, dans une perspective culturelle et ethno-historique, Xiangchun Zheng et Nelson Graburn nous présentent les perspectives actuelles du développement de ces filières, sur le marché chinois, mais aussi à partir de Hong Kong et de Macao.

Les expériences de recherche de nos collègues anthropologues nous conduisent par ailleurs à mettre l'accent sur un aspect qui peut paraître comme une évidence, à savoir que les rapports entre patrimoine et œnotourisme sont loin d'être neutres. Ainsi, Marion Demossier examine de façon critique l'exemple de l'inscription des Climats de Bourgogne au patrimoine mondial et discute plus largement l'impact d'une telle stratégie sur le plan local, mais aussi transnational. Un regard un peu plus décalé sur les phénomènes œnotouristiques nous conduira ensuite le long de la Charente avec le travail d'Amanda Rêgo Teixeira et de Tristan Loloum consacré au tourisme fluvial dans la région de Cognac. Boisson résolument internationale, le cognac s'exporte massivement via des maisons de négoce qui sont aux mains de multinationales (LVMH, Pernod-Ricard, etc.). Les « touristes fluviaux » visitent les grandes maisons de négoce mais empruntent aussi des circuits de randonnées, pédestre et cyclable, qui mettent en valeur des paysages culturels, une histoire locale des vignobles charentais, un long fleuve tranquille, restés plutôt à l'écart de l'attrait des grandes maisons de Cognac.

Nous aborderons par ailleurs, avec Christelle Pineau, la relation assez distendue qu'entretiennent les « vins nature » avec l'œnotourisme. C'est hors des sentiers battus des appellations contrôlées, des routes touristiques des vins régionaux, que se construisent des escapades sensorielles renouvelées, des haltes chez des vignerons avec lesquels on entretient une relation directe, qui peuvent par ailleurs organiser des événements festifs, des portes ouvertes assez intimistes. Le tout étant de « se





sentir en prise directe avec le vivant et d'explorer de nouvelles contrées du monde sensible».

Dans la région Centre-Val de Loire, l'étude réalisée par Tristan Loloum et Akila Karunathilake décrit un processus de structuration de l'œnotourisme autour des principaux marqueurs touristiques de la région (châteaux, Loire, villes). L'analyse relève un certain nombre de difficultés pour associer ces éléments paysagers et touristiques aux vignobles et suggère de nouvelles pistes de recherche et d'action pour enrichir l'offre œnotouristique existante. Selon Loloum et Karunathilake, «les vins ne bénéficient pas d'une notoriété suffisante pour constituer la première motivation de visite pour les touristes, à l'exception de quelques terroirs prestigieux comme Sancerre. À la différence de la Bourgogne, de la Champagne ou du Bordelais, les touristes ne se rendent pas en Val de Loire en premier lieu pour déguster du vin, mais plutôt pour visiter les châteaux de la Loire ou arpenter la "Loire à Vélo". Mais des recherches sur les modes de consommation du vin à la Renaissance et le rôle du vin dans la vie des châteaux offriraient d'excellentes opportunités de valorisations patrimoniales et œnotouristiques».

En travaillant sur le vignoble du Sauternais et, plus encore, les liquoreux d'Aquitaine (loupjac, cadillac, monbazillac, jurançon...), Stéphanie Lachaud-Martin a pu noter que «ces terres viticoles restent marginales» sur les itinéraires proposés par les routes des vins. «Si un des circuits touristiques de l'office du tourisme de Bordeaux propose une découverte du Sauternais, c'est dans le prolongement de la route des Graves, mais le vignoble, le savoir-faire et l'identité originale des vins liquoreux sont peu valorisés.» Il apparaît par conséquent nécessaire de s'interroger sur les éléments de l'histoire des liquoreux qui pourraient être mis en valeur au sens du patrimoine paysager et culturel de la région et sur ce qui, dans l'histoire de la construction historique de ces terroirs et territoires, expliquerait en partie la relative faiblesse de l'offre œnotouristique dans le sud Gironde. On trouvera dans sa contribution plusieurs exemples concrets de mise en valeur du patrimoine historique, culturel et paysager.

Claire Steimer, conservateur du patrimoine, en charge de l'inventaire régional du patrimoine architectural et paysager, nous montre que, depuis une trentaine d'années, dans les grands





crus classés de Pauillac, Saint-Estèphe, Margaux, Listrac, Moulis, Saint-Julien-Beychevelle, l'œnotourisme fait partie intégrante du développement des domaines viticoles : l'accueil des visiteurs, la découverte et la visite du domaine ont une incidence sur la conception et l'organisation des bâtiments. « Aménagés traditionnellement dans un coin du chai ou à l'entrée des propriétés, les lieux de dégustation se distinguent aujourd'hui, spécifiquement pensés et équipés pour la découverte des crus de la propriété. Largement ouverts sur le vignoble environnant, ils permettent de goûter le vin tout en admirant le paysage. » Ce n'est évidemment pas « l'authenticité des lieux » qui est recherchée dans la contribution des ténors de l'architecture contemporaine qui viennent créer ou aménager de nouveaux chais, cuiviers et autres bâtiments de dépendance restructurés, pour embellir les châteaux médocains. Mais ces audacieuses constructions rendent encore plus urgentes les démarches de sauvegarde des bâtis anciens, voire des paysages culturels qui environnent ces domaines.

Loin d'épuiser les questions posées au développement de l'œnotourisme dans son rapport au patrimoine et au tourisme culturel, ce bref tour d'horizon de quelques exemples régionaux et thématiques a pour seule ambition d'introduire de nouvelles perspectives de recherche et de faciliter la compréhension des mutations actuelles dans l'offre touristique et dans l'évolution des relations entre producteurs et consommateurs de vin, qu'ils soient touristes excursionnistes habitués des déplacements collectifs ou simples visiteurs individuels ou familiaux. Le monde viticole – et vitivinicole – est soumis à un véritable mouvement de recomposition culturelle, voire ethnoculturelle si l'on se place du point de vue de l'ethnicité locale¹⁵. Le vin s'inscrit de plus en plus dans une dynamique locale de construction identitaire qui associe paysages culturels, terroirs, historicité, mémoire, vestiges historiques et archéologiques, etc. Les lieux concernés par les nouvelles pratiques œnotouristiques contribuent au développement d'une ethnicité locale qui va marquer chaque circuit touristique, des routes des vins aux routes touristiques, des plus anciennes aux plus récentes.

15 - Voir par exemple dans V. Mark, *op. cit.*, 1991.





Conclusion

Retours à l'ethnologie régionale et à la valorisation du patrimoine

Bernard Cherubini

L'examen des mécanismes de construction d'un circuit œnotouristique, de la capacité des structures de protection des territoires ayant une haute valeur culturelle ou naturelle (labellisations, parcs naturels régionaux, parcs nationaux, etc.) à s'articuler avec des projets d'œnotourisme, avec des projets relevant du développement d'une économie touristique durable, relève de l'activité ordinaire des experts de chacun de ces domaines. La symbolique de l'appartenance peut en revanche être travaillée sur la base de nouveaux repères spatiaux qui seraient propres à un parc, au classement sur une liste de protection de la biodiversité ou du PCI (Patrimoine culturel immatériel), mais nécessairement articulés sur l'imaginaire de l'appropriation de chaque zone, sur l'imaginaire de la relation à l'histoire et à la culture matérielle, à travers des recherches en anthropologie ou en sociologie du tourisme¹. Les travaux d'Edward Bruner démontrent

- 1 - Nelson Graburn, "Tourism: The Sacred Journey", in V. Smith (dir.), *Hosts and Guests. The Anthropology of Tourism*, Philadelphia, University of Pennsylvania Press, 1989 (1^{re} éd. 1977), p. 22-36; Naomi Leite and Nelson Graburn, «L'anthropologie pour étudier le tourisme», *Mondes du tourisme*, n° 1, 2010, p. 17-28; Nelson Graburn and Maria Gravari-Barbas (dir.), *Tourism Imaginaries at the Disciplinary Crossroads. Place, Practice, Media*, London, Routledge, 2016; Noel B. Salazar and Nelson Graburn (ed.), *Tourism Imaginaries. Anthropological Approaches*, New York, Berghahn, 2014; Saskia Cousin, Bertrand Réau, *Sociologie du tourisme*, Paris, La Découverte, 2009.





parfaitement que le tourisme est une nouvelle culture qui se construit sur la relation entre les performances touristiques et les matrices culturelles locales, sur les rapports entre l'imitation et l'authentique (voir, par exemple, les danses balinaises pour touristes), sur le fait que les performances touristiques ne sont que des répliques du « présent ethnographique »².

Les rapports entre l'œnotourisme et le patrimoine méritent donc une attention toute particulière dans le contexte actuel de la redéfinition des identités locales, régionales et nationales³, qui peuvent résulter des mobilités touristiques internationales, de la confrontation accélérée des terroirs viticoles avec des touristes-consommateurs venus des quatre coins du monde, certains étant de potentiels investisseurs dans l'économie vitivinicole et œnotouristique. Les recherches ethnologiques sur la construction identitaire sont donc parfaitement adaptées à l'examen de ces situations qui peuvent se traduire par une patrimonialisation des sites historiques – le passé médiéval des vignobles médocains par exemple –, ou encore des circuits œnotouristiques qui peuvent être associés à plusieurs « chemins de la mémoire », ceux des itinéraires jacquaires (chemins de Saint-Jacques de Compostelle) par exemple.

Si les lieux de mémoire sont des structures de rappel pour l'identité des groupes et des individus, et si le discours patrimonial se fonde souvent sur un appel à la survivance d'une identité locale, régionale ou nationale, nous ne pouvons que constater que les efforts récents pour valoriser un patrimoine matériel et immatériel commun à un territoire partagé ne peuvent qu'impacter les relations entre représentants des terroirs viticoles et professionnels du tourisme, de la culture et donc de l'œnotourisme. Les équipes de recherche anthropologique de Berkeley, autour de Nelson Graburn, de Lisbonne autour de David Picard⁴, ou encore de Paris-Descartes autour de Philippe Chaudat⁵, nous paraissent illustrer assez bien plusieurs de ces tendances récentes.

2 - Edward M. Bruner, *Culture on Tour*, Chicago, The University of Chicago Press, 2005.

3 - Bernard Cherubini (dir.), *Patrimoine et identités locales. Enjeux touristiques, ethnologiques et muséographiques*, Paris, L'Harmattan, 2017.

4 - David Picard, *Tourism, Magic and Modernity*, Oxford, Berghahn, 2011.

5 - Philippe Chaudat, *les mondes du vin. Ethnologie des vigneronns de L'Arbois*, Paris, L'Harmattan, 2004.





Conclusion

Les lieux où la mémoire s'incarne sont avant tout des lieux qui appartiennent à la mémoire, parfois chargés de mémoires multiples⁶. Des lieux d'amnésie redeviennent des lieux de mémoire et inversement⁷, par l'intervention de nouveaux porteurs légitimes autorisés de la mémoire collective.

Plus globalement, c'est la valorisation des terroirs et du patrimoine viticole qui reste l'enjeu de ces transformations sociales et économiques récentes enregistrées au sein des pratiques vitivinicoles. Nous avons ainsi pour projet de mettre en place une recherche pluridisciplinaire autour de trois axes :

- La valorisation juridique du terroir à travers une construction juridique des appellations, des éléments constitutifs du terroir, de la hiérarchisation des productions viticoles, mais aussi du rapport à la nature, à la biodiversité, au patrimoine culturel matériel et immatériel (PCI);
- La valorisation œnotouristique à travers une démarche de patrimonialisation de la nature et de la culture, des paysages culturels, des savoir-faire traditionnels, dans un contexte de mondialisation et de transformation des relations producteurs-consommateurs, touristes et autochtones;
- La valorisation économique de l'œnotourisme comme circuit de commercialisation immergé ou outil d'ancrage des consommateurs, mesurable par des techniques d'économie expérimentale⁸.

Vin, gastronomie, tourisme : l'*ethos* de l'appartenance

Plusieurs dimensions de la patrimonialisation peuvent aussi être reliées autour d'enjeux communs et cumulatifs sur le plan de l'économie œnotouristique. La gastronomie et le tourisme fluvial peuvent ainsi être directement associés aux élans patrimoniaux enregistrés récemment en Nouvelle-Aquitaine, ce qui nous permet à nouveau de mettre l'accent sur les apports

6 - Joël Candau, *Anthropologie de la mémoire*, Paris, PUF, 1996, p. 116 et 121.

7 - Pierre Nora (dir.), *Les lieux de mémoire (tome 1. La République)*, Paris, Gallimard, 1984.

8 - Projet de recherche transdisciplinaire du département droit et transformation sociale (DETS) de l'Université de Bordeaux (resp. Olivier Décima) porté par l'IRM (Bernard Cherubini), l'IRDAP (Ronan Raffray) et l'ISVV (Éric Giraud-Héraud), programmé sur les années 2019 et 2020.





évidents de la recherche ethnographique en matière de tourisme et d'appartenance socioculturelle. Plusieurs rencontres scientifiques (IV^{es} journées européennes d'ethnologie comparée de Strasbourg en juillet 1989, exposition au Centre Georges-Pompidou en mai-août 1989, etc.) ont par le passé permis de faire le point sur l'ethnologie des pratiques vitivinicoles, le plus souvent abordées sous l'angle de la tradition, de l'enracinement sur des territoires ancestraux, en même temps que sur les goûts et les modes de consommation. Mais l'entrée dans la modernité, dans la « nouvelle culture du vin », suppose des compétences à acquérir : « connaître le vin, l'apprécier, savoir en parler » nécessite aussi que l'objectivité et l'universalité de la science mettent leur potentiel démocratique au service des amateurs, tout en soutenant sur une large échelle les stratégies de distinction⁹. La multiplication des séjours touristiques et de la fréquentation des circuits œnotouristiques est ainsi de plus en plus attendue, associée aux atouts gastronomiques et aux améliorations de la mobilité, terrestre et fluviale, dont la connaissance reste une des préoccupations majeures de l'anthropologie du tourisme et de l'ethnologie régionale.

La recherche anthropologique a ainsi participé utilement à la définition des modèles alimentaires en montrant que ceux-ci variaient d'un espace culturel à un autre, qu'ils étaient impliqués dans des processus de différenciation entre cultures et de distinction à l'intérieur d'une même société¹⁰. La gastronomie locale est à la fois un marqueur ethnique pour une appartenance régionale et une pratique quotidienne ou événementielle (repas collectifs en temps de fête, fêtes de famille, repas de chasseurs, etc.). Les projets en agriculture durable, écotourisme et développement des productions labellisées se rejoignent désormais pour offrir aux consommateurs les bases d'une nourriture de qualité, de terroir, identitaire et si possible représentative d'un modèle gastronomique et alimentaire local et traditionnel. L'ancienne

9 - Jean-Pierre Albert, « La nouvelle culture du vin », *Terrain*, n° 13, octobre 1999, p. 117-124.

10 - Jean-Pierre Poulain, *Sociologies de l'alimentation*, Paris, PUF, 2002 ; Jean-Pierre Poulain, *Manger aujourd'hui. Attitudes, normes et pratiques*, Toulouse, Privat, 2002 ; Faustine Régnier, *Sociologie de l'alimentation*, Paris, La Découverte, 2009 ; Jean-Pierre Corbeau et Jean-Pierre Poulain, *Penser l'alimentation. Entre imaginaire et rationalité*, Toulouse, Privat, 2002.





Conclusion

région Aquitaine est concernée plus que toute autre par l'économie touristique (tourisme balnéaire, tourisme de montagne, tourisme vert, tourisme culturel) et par une image de gastronomie régionale plurielle (cuisine basco-landaise, « cuisine des Mousquetaires », etc.).

L'association vin-gastronomie peut être illustrée par l'intermédiaire du modèle alimentaire traditionnel et familial des Landes. Celui-ci pourrait être observé sur plusieurs territoires, par exemple au sud des Landes, dans le Pays Adour Chalosse Tursan (80 000 habitants), créé en 2010, comme regroupement de neuf communautés de communes de Landes et du Gers, composé de communes urbaines (Aire-sur-Adour, Saint-Sever, Hagetmau) et de communes de taille intermédiaire dont Montfort-en-Chalosse. Sur ce dernier territoire, on a un point d'appui principal, les communes du Pays de Montfort-en-Chalosse (12 000 habitants) dont l'identité est plus marquée sur le plan gastronomique et culturel (bœuf de Chalosse, vin de Tursan, canard gras, poulet de Saint-Sever, tous labellisés). La cuisine gasconne, landaise, et d'une façon générale du Sud-Ouest, a fait l'objet de plusieurs approches ethnologiques¹¹ qui viennent confirmer ces variations régionales et locales à l'échelle de la France métropolitaine, mais aussi de l'outre-mer, rendant compte de la diversité du monde rural et de ses mises en scène identitaires (foires, salons, fêtes de produits) comme par exemple à l'échelle de l'Île de la Réunion¹².

11 - Christian Coulon, « La codina dau pais. Cuisine et régionalisme dans le Sud-Ouest occitan », dans D. Martin (éd.), *Sur la piste des objets politiques non identifiés*, Paris, Karthala, 2002; Christian Coulon, *Ce que manger Sud-Ouest veut dire*, Bordeaux, Éditions Confluences, 2003; Isabelle Téhoueyres, « La "vraie" cuisine du terroir. Réflexions autour de la "cuisine régionale" en Aquitaine », *Bastidiana*, 31-32, juil.-déc. 2000, p. 101-113; Isabelle Téhoueyres, « Pratiques culinaires en Aquitaine: des cuisines régionales », dans *Du bien manger et du bien vivre à travers les âges et les terroirs*, Pessac, MSHA-Fédération historique du Sud-Ouest, 2002, p. 480-493; Christian Coulon, *Festins gascons. Cuisiner sa vie*, Bordeaux, Éditions Confluences, 2005.

12 - Bernard Cherubini, « Du local mythifié à la sociabilité villageoise: les nouveaux cultes de l'identité », dans *Droit et anthropologie de la complexité. Mélanges dédiés à Jean Mas*, Paris, Economica, 1996, p. 95-108; Bernard Cherubini, « La construction symbolique des identités dans le monde créole: exemples réunionnais », dans A. Carénini et J.-P. Jardel (éd.), *De la tradition à la post-modernité. Hommage à Jean Poirier*, Paris, PUF, 1996, p. 267-281; Bernard Cherubini, « Les mises en scène du monde rural: foires, fêtes, identités locales », dans B. Cherubini (dir.), *Le monde rural à La Réunion*, Paris, L'Harmattan, 1996, p. 61-84.





Une ethnologie multi-site et une anthropologie des émotions

Plutôt que d'effectuer une enquête approfondie sur un site donné (lieux de mémoire, structure œnotouristique, groupe ethnique, type de cuisine, etc.), contextualisé dans un cadre social plus large, on peut ainsi privilégier ce que George Marcus appelle une « ethnographie multi-site »¹³. Le projet est alors de conduire des enquêtes ethnographiques dans des espaces locaux et régionaux marqués par des produits de terroir, des sites culturels ou naturels, avec une volonté de créer un lien avec un territoire et/ou une identité régionale ou locale spécifique. Si la méthode d'enquête est plus complexe, l'intérêt de la démarche est évident dans une perspective comparative interculturelle. Comment analyser l'expérience touristique vécue sur ces différents terrains et quelles leçons en tirer pour la construction identitaire des lieux partagés par des sujets locaux qui ont décidé de s'unir pour mettre en lumière leurs points d'ancrage sur un territoire partagé par des acteurs économiques, des touristes de passage ou de villégiature ?

C'est l'attachement à des valeurs fondamentales pour le fonctionnement de ces sociétés locales de type communautaire qui guide les choix de mise en scène iconographique, des textes conçus pour stimuler l'émotion de la participation à des événements locaux ou de la visite des sites emblématiques de la culture locale¹⁴. Mais dans le cadre de sa collecte de données, l'anthropologue ne peut prétendre à contourner ses propres émotions dans ce qui est la construction de soi, ses préjugés culturels, ses engagements personnels¹⁵. La proximité entre l'expérience touristique et l'expérience religieuse, avec le pèlerinage et avec la dévotion, ainsi que les rituels associés aux cycles de vie

13 - George E. Marcus, *Ethnography through Thick and Thin*, Princeton, N.-J., Princeton University Press, 1998.

14 - Bernard Cherubini, « La dramaturgie des émotions et l'expérience touristique : à propos de l'observation ethnographique dans la scénographie des sites touristiques », dans C. Blondy, L. Vacher et D. Vye (dir.), *Observer les touristes pour mieux comprendre les tourisms*, séminaire ASTRES, La Rochelle, UMR 7266 LIENSs, Université de la Rochelle, 2018.

15 - Vincent Crapanzano, « Réflexions sur une anthropologie des émotions », *Terrain*, n° 22, 1994.





Conclusion

économiques, agraires saisonniers, brouillent considérablement le projet de description de la théâtralisation des émotions sur un site touristique.

L'émotion qui doit envahir le regard du touriste est la plupart du temps au cœur de la scénographie des sites touristiques, abordés individuellement ou en relation avec d'autres sites ou événements inscrits dans des circuits, sur des territoires. L'émotion peut être annoncée en toutes lettres dans la présentation des visites proposées, des circuits ou des événements spéciaux qui attendent les visites des touristes. L'émotion peut être ainsi une invitation au partage d'une passion. Par exemple, l'office de tourisme et du vin de Pauillac, dans le Médoc, propose en 2015 des *Rendez-vous Émotions* qui consistent à aller à la rencontre des gens qui « aiment à faire partager leur passion », en l'occurrence ici celle du vin (des visites-dégustations), dans le cadre d'un développement notoire de projets d'œnotourisme. Mais, ce qui est annoncé, c'est aussi « les émotions des terroirs ». Cette invitation rejoint celle du partage de « sensations fortes » promises lors de la découverte des « paysages à vous couper le souffle ». C'est le cas en particulier de plusieurs campagnes de communication du Comité de tourisme de l'Île de la Réunion qui annoncent du « grandiose » et des « moments d'exception » avec « La Réunion : un voyage d'émotions ».

L'anthropologue David Picard a ainsi pu accompagner, de 1998 à 2000, des touristes venus d'Allemagne sur l'Île de la Réunion. Ils ont pu expérimenter les émotions promises au touriste qui fait le tour de l'île et surtout la découverte des cirques et des paysages, classés depuis 2010 à l'Inventaire du patrimoine mondial de l'Unesco. Le vécu de l'émotion ressentie par l'un de ces touristes devant la beauté de paysages grandioses a été d'autant plus fort qu'il lui a rappelé les restrictions imposées par le gouvernement de l'Allemagne de l'Est à la liberté de voyage et de déplacement jusqu'à la chute du mur de Berlin. Comment un régime politique comme celui-ci a pu priver des hommes de l'émotion ressentie devant la beauté de tels paysages ?¹⁶ Vincent Crapanzano a fort justement fait remarquer qu'une anthropologie faite par les Européens sur les émotions (européennes) doit

16 - David Picard, *Tourism, Magic and Modernity*, op. cit., 2011.





avoir conscience de son enracinement afin de pouvoir prendre de la distance par rapport aux assertions psychologiques et philosophiques, tandis qu'une anthropologie américaine des émotions est beaucoup plus préoccupée par les relations entre les émotions et le *self*¹⁷. La dimension politique de tout discours émotif doit être aussi analysée à partir de ces différences notoires, en prenant conscience de la difficulté à isoler l'émotion de son contexte social en la cantonnant dans l'individu. De ce point de vue, la contribution de Nelson Graburn et Xiangchun Zheng est essentielle pour resituer la dimension émotionnelle du vécu du touriste chinois en visite dans les vignobles français, dans une perspective diachronique et socio-économique.

Outre ces préoccupations d'usage, il convient d'insister sur l'intérêt d'une ethnographie multi-site recentrée sur une tendance forte comme celle qui consiste à attirer l'attention sur la richesse environnementale et la biodiversité, sur le caractère exceptionnel de certains paysages naturels et culturels, par l'intermédiaire d'un appel à partager des émotions fortes, des moments d'exception, qui s'opposent en tout point à l'ordinaire du monde vécu. On peut même avoir un concentré d'émotions sur un seul site comme un salon annuel, par exemple avec le 5^e Salon du tourisme « Terre d'émotions », organisé au Parc des expositions de Nancy, les 2 et 3 mars 2013, par Meurthe-et-Moselle Tourisme, autour d'une thématique principale, « Paysages et jardins. L'environnement au naturel ». À noter que la 4^e édition avait pour thème « Le terroir et la gastronomie lorraine » et présentait une vaste gamme de produits et de lieux de dégustation, de restauration, de tables d'hôtes et de gîtes, sur les stands du salon.

La dimension identitaire, historique et émotionnelle

Une autre dimension essentielle de la charge émotionnelle est le rapport à l'histoire, à l'héroïsme, aux représentations de l'histoire et de l'identité nationale qui peuvent s'exprimer dans la relation entre patrimonialisation et activation de la mémoire nationale. Daniel Fabre nous montre ainsi que l'échelle de la nation demeure le fondement politique et la source de toute

17 - Vincent Crapanzano, *op. cit.*, p. 117.





Conclusion

mise en valeur culturelle¹⁸. Le visiteur parcourt des lieux marqués par la présence des héros de son récit national, ici les protagonistes de la guerre de Cent Ans en Aquitaine, tout le long d'un circuit œnotouristique ponctué par des ruines de l'époque médiévale (édifices religieux, tours, etc.), à l'image de la Tour de l'Honneur de Lesparre-Médoc, qui font partie de l'histoire des vignobles, de certains crus, mais aussi des modes de consommation du vin depuis l'époque gallo-romaine. Les professionnels du tourisme, les acteurs de la filière vitivinicole n'ignorent pas ces données géo-historiques. L'opposition entre un vin de qualité très moyenne, comme le *clairnet* du Moyen Âge qui a pu correspondre en son temps au goût des Anglais, et le prestige des vins de garde aux ^{xix}^e et ^{xx}^e siècles vient consolider le discours entendu lors des visites-dégustations dans les chais. Les émotions peuvent ainsi être activées par le haut et par le bas lorsqu'il est question de nationalisme et de localisme dans le rapport qui s'instaure entre une œuvre d'art, un fait historique, un pan de l'héroïsme national ou local qui est signalé au cours d'une visite touristique.

L'émotion du touriste voyageur est à la fois une émotion physique, physiologique et subjective qui renvoient à un vécu émotionnel collectif dans un monde familier, proche, partagé par d'autres sujets locaux, jusqu'au déplacement vers un monde inconnu, moins familier, même si ces voyages sont de plus en plus préparés et documentés sur de longues périodes, avec des sources d'information de plus en plus aptes à resituer virtuellement les déplacements au plus proche de la réalité qui va être vécue durant ces voyages. On sait cependant que certains vont vivre sur le plan émotionnel dans la plus totale indifférence ce que d'autres vivront avec une forte émotion intérieure ou une extériorisation sans limite¹⁹. La scénarisation des sites choisis pour rassembler les touristes et leur offrir une représentation de la culture locale est un champ de recherche en soi qui a déjà donné lieu à plusieurs travaux de recherche en anthropologie

18 - Daniel Fabre (éd.), *Émotions patrimoniales*, Paris, Éditions de la MSH de Paris, 2013.

19 - Mike Robinson, "The Emotional Tourist" dans D. Picard and M. Robinson (ed.), *Emotion in Motion*, Surrey, Ashgate, 2012, p. 21-46.





du tourisme, notamment au Kenya, en Indonésie, en Europe, en Israël, aux États-Unis, en Amérique latine²⁰.

Nous aurions pu également resituer plusieurs de ces débats dans une réflexion plus personnelle. Un cru comme le Château Ladignac, dans le Médoc, issu d'une propriété viticole familiale, restructurée parcelle après parcelle au fil des ans, dont le vin est produit à l'heure actuelle par le groupement les Vignerons d'Uni-Médoc, est désormais un cru bourgeois réhabilité par les efforts des professionnels (techniciens vitivinicoles, œnologues) de cette même structure, dont l'investissement dans l'œnotourisme est aussi un choix très affirmé, à l'image de l'animation «son et lumière»²¹ proposée dans son chai à barriques. En montant à la troisième place sur le podium du concours des crus bourgeois 2015 avec sa cuvée 2012, il pourrait probablement bénéficier, comme beaucoup de crus de la commune de Valeyrac, d'une valorisation œnotouristique plus patrimoniale et historique. En effet, le Cocks et Féret (1868) a régulièrement placé dans ses différentes éditions les communes de Valeyrac et de Saint-Christoly au «premier rang parmi les communes du Bas-Médoc», avec, pour la commune de Valeyrac, «un vin recherché en Belgique, qui est corsé et coloré et a plus de bouquet que celui des communes voisines»²². Nombre de crus de ces deux communes négligent – de notre point de vue – la dimension historique et patrimoniale de leurs terroirs au profit d'activités d'animations œnotouristiques (marché à la ferme, pique-niques, balades dans le vignoble, etc.) qui viennent renforcer l'impact économique de la traditionnelle visite des chais et de la dégustation. Un dépassement de ce niveau d'intervention sur le plan œnotouristique est-il envisageable?

Un travail très complet, réalisé au niveau de l'Inventaire du patrimoine architectural et paysager des communes

20 - Edward M. Bruner, *Culture on Tour*, op. cit., 2005.

21 - Le son et lumière de son chai à barriques («le plus grand du Médoc») a obtenu le prix Gironde Tourisme 2015.

22 - Charles Cocks, *Bordeaux et ses vins, classés par ordre de mérite* (deuxième édition entièrement refondue par E. Féret), Paris, Masson, et Bordeaux, Féret, 1868 (reproduction intégrale, Bordeaux, Féret et fils, 1987), p. 169.





Conclusion

riveraines de l'estuaire de la Gironde²³, pose les bases d'une réflexion à venir sur les liens entre patrimoine viticole et évolutions des domaines, des hameaux, des villages, des communes. Mais il faut sans hésiter pousser plus loin l'analyse au niveau des infrastructures portuaires, des petits ports le long de l'estuaire, un temps devenus ports ostréicoles puis ports de plaisance et de pêche qui, à une certaine époque, ont facilité les exportations de vin vers la Grande-Bretagne et le nord de l'Europe. Il faut aussi développer notre connaissance sur le Médoc médiéval mis entre parenthèses au profit de l'expansion du vignoble des «grands bourgeois» aux XVIII^e-XIX^e siècles. Force est de constater néanmoins que la documentation disponible est très inégale selon que l'on se situe dans le Médoc, le Bas-Médoc en particulier, ou dans les appellations communales de Pauillac, Saint-Estèphe ou Margaux. Les sources documentaires que l'on retrouve dans les fiches d'inventaire du patrimoine d'Aquitaine, par exemple celles qui concernent l'ancien domaine de Ladignac à Valeyrac, cité plus haut²⁴, sont un point de départ incontournable pour démarrer une recherche. Mais comment passer du détail d'un plan cadastral de 1831 (fig. 20) à une reconstitution des soubresauts de l'histoire d'un domaine, avec des archives fragmentaires, une absence de fouilles archéologiques, sans recueil de la mémoire orale et avec des généalogies très incomplètes ?

La littérature est parfois une alliée de choix pour l'ethnologue en manque de témoignages ou de travaux académiques sur la mémoire des lieux, de récits de vie ou d'archives familiales. Nous avons eu parfois recours à un passage par «l'ethnographie historique», telle qu'elle a pu être définie par les Comaroff²⁵, pour reconstituer des fragments d'un «monde de vie» qui apparaissent dans des récits du quotidien livrés par certains auteurs au fil de leurs œuvres littéraires dont l'importance prend une

23 - Alain Beschi et Claire Steimer (avec la collaboration de C. Bordes, J. Riberolle et Y. Suire), *Estuaire de la Gironde. Paysages et architectures viticoles*, Lyon, Éditions Lieux Dits, L'inventaire Aquitaine Poitou-Charentes, 2015.

24 - *Les dossiers de l'Inventaire*, Patrimoine d'Aquitaine, Gironde, Valeyrac (dossier n°IA33004040), Bordeaux, Région Nouvelle-Aquitaine, 2018.

25 - Jean and John Comaroff, *Ethnography and the Historical Imagination*, Boulder, Westview Press, 1992: une ethnohistoire articulée sur la prise en compte de fragments d'un «monde de vie» qu'il faut ensuite recontextualiser dans des systèmes culturels complexes.





dimension toute particulière du fait de leur enfance liée à un terroir réellement vécu et parcouru à partir de leurs attaches familiales. Ainsi Jean Balde dans *la maison du bord du fleuve*, son dernier livre écrit en 1937²⁶, nous fait partager son vécu en Bas-Médoc : « Non loin du petit port de Richard, où nous allions pêcher des crabes avec des balances appâtées de queues de morue » où il y avait « la maison du Centre, la bien nommée, car elle fut pendant plus de cinquante ans le centre de notre famille » (p. 151). On suivra aussi avec délectation les sorties en « Solex » des héros de Marie-Claude Sandrin entre le port de Goulée et le port de Saint-Christoly²⁷. On s'imprégnera de l'ambiance familiale très lourde dépeinte dans une maison d'un domaine viticole dont le propriétaire négociant, à l'article de la mort et ayant fortement abusé de l'alcool, est présenté comme ruiné dans la période précédant la Seconde Guerre mondiale, avec des vignes à l'abandon ou cédées à des voisins.

Cette maison, qui a été le théâtre du premier roman de cette même auteure²⁸, est volontairement difficile à localiser avec précision, les noms de lieux ayant été transformés pour conserver un anonymat à d'éventuels personnages ayant réellement existé²⁹. Les récits décrivant certains déplacements des personnages de ce roman la situent à proximité de l'estuaire (« la rivière »). Il est vrai que Marie-Claude Sandrin évoque bien volontiers « les rangs de vigne de ses douze ans », vignes qu'elle a connues à Bégadan, dans la propriété de son grand-père car Marie-Claude est la petite-fille du docteur Lenourichel³⁰, longtemps généraliste à Bégadan, maire et fondateur de la cave coopérative de vinification en 1934³¹. L'ethnologie puise dans ces témoignages du

26 - Jean Balde, *La maison du bord du fleuve*, Bordeaux, L'Horizon chimérique, 1990 (1^{re} éd. Delmas 1937).

27 - Marie-Claude Sandrin, *L'homme à chagrin*, Paris, Buchet / Chastel, 1980.

28 - Marie-Claude Sandrin, *la forteresse de boue*, Paris, Buchet / Chastel, 1967.

29 - Coïncidence ou pas, un rapprochement avec des archives notariales de l'époque et quelques témoignages d'ainés nous permettent néanmoins de réinscrire ces personnages fictifs dans une généalogie de propriétaires d'une maison ayant réellement existé.

30 - Édouard Lenourichel a également été conseiller général de 1906 à 1919. Il est viticulteur propriétaire à Lassus, Condissas, sur la commune de Bégadan, en 1932.

31 - D'après un entretien réalisé par Jean Germain, dans le quotidien régional *Sud Ouest* du mardi 16 octobre 1979.





Conclusion

sensible des émotions reverbérissées par les lieux, rendues par les mots, grâce au texte, ce que Pierre Sansot appelait « toute la rêverie du réel, tout l'imaginaire qui le fonde »³².

Faire preuve d'imagination et d'originalité en matière d'œnotourisme et de patrimoine est un défi très difficile à relever pour les plus petites propriétés viticoles du Médoc, face aux investissements de plus en plus considérables des crus les plus prestigieux. Cette perspective ne doit toutefois pas être abandonnée, au moment où se développent l'intercommunalité, des instruments nouveaux comme les parcs naturels régionaux, les parcs marins, des liaisons plus étroites entre tourisme et patrimoine architectural et paysager.

Notre point de vue rejoint celui des partisans d'une indispensable collecte des savoirs et savoir-faire identitaires, localisés, partagés, dans des projets de sauvegarde et de valorisation du patrimoine historique et culturel régional. Un élargissement de notre tour d'horizon de l'œnotourisme à l'échelle européenne (Italie, Hongrie, Transylvanie, etc.) aurait pu aussi enrichir utilement notre réflexion³³, de la même façon qu'un détour par le Québec, dans les cantons de l'est, par exemple, où la route des vins de Brome-Missisquoi a fait l'objet d'un travail assez remarquable en ethnologie et histoire du patrimoine francophone, sous la direction de Laurier Turgeon à l'Université Laval³⁴. Née d'une construction touristique, cette route unique au Québec est devenue un projet d'identification régionale où un produit a été promu comme témoin d'un rattachement aux traditions viticoles des grands pays producteurs et comme produit du terroir québécois.

L'ethnologie régionale conserve ici l'une de ses principales vocations que l'on pourrait résumer en une double et même triple urgence: une «urgence de conservation des patrimoines culturels locaux menacés (une course contre la montre pour que

32 - Pierre Sansot, *Les formes sensibles de la vie sociale*, Paris, PUF, 1986, p. 26.

33 - Jocelyne Bonnet-Carbonell (dir.), *Patrimoine vigneron européen, œnotourisme et partage du vin*, Paris, L'Harmattan, 2016.

34 - Christine Bricault, *la route des vins de Brome-Missisquoi. Vers la construction d'une identité régionale*, Québec, Université Laval (M.A. en ethnologie des francophones en Amérique du Nord), 2007.





les archives orales et visuelles puissent être faites à temps)», une « urgence de restitution aux habitants des différentes régions dans lesquelles nous travaillons de leurs propres savoirs et savoir-faire » et une « urgence d'analyse des mutations culturelles imposées par le développement extrêmement rapide de toutes les sociétés contemporaines »³⁵. Aux responsables politiques et administratifs de ne pas la négliger, l'oublier ou la mettre à l'écart, au cœur des vastes opérations en cours de création de parcs et de réserves naturelles de biodiversité.

35 - François Laplantine, *L'anthropologie*, Paris, Seghers, 1987, p. 29-30.

